concordia university COMMUNIQUE [514] 879-8497, 98, 99 482-0320 loc. 313, 421

FOR IMMEDIATE RELEASE

Concordia University needs $500,000 from private sources to meet immediate operating needs.

Montreal, Quebec, April 29, 1977 -- Concordia University opens a two-week subscription campaign on May 2 for $500,000 to meet a number of pressing and immediate operating needs.

This campaign coincides with the 40th anniversary of the first graduating class of nine of Sir George Williams University which, since the merger with Loyola College in 1974, is the down-town campus of Concordia University.

A group of businessmen associated with the university is already active solliciting financial contributions from a number of sources in Quebec and Toronto.

The areas of the university that will benefit from such additional support include: scholarships and fellowships, $150,000; building projects and land acquisition, $100,000; research, $100,000; library holdings, $60,000; films and equipment and works of art, $50,000; and innovative aids, $40,000.

Unlike most universities with these needs, Concordia does not have an endowment fund to draw on to finance these projects.

... 2

Concordia Campaign.... continued

Concordia receives the lowest dollar per student grant in the province of Quebec.

In launching the 1977 campaign, the university's rector, Dr. John O'Brien, stressed that "private assistance is vital... because it provides that extra margin of support, in areas not supported by government grants, that makes the difference between average and quality results."

"I can think of no place," Dr. O'Brien continued, "in which a few extra dollars of private money can make as much difference as in this university."

Concordia has historically served the needs of industry by offering many full-time employees their only opportunity to do university-level studies.

"Concordia - A Vital Option" is the theme of the campaign, which is chaired by Mr. Arthur Pascal, executive vice-president and director of J. Pascal Hardware Company Limited. Vice-Chairmen are: C.F. Carsley, D. Dawson, C.A. Duff, H.J. Hemens, J.K. Finlayson, R.H. Hoppe, E.J. Kelleher, E.A. Lemieux, C.S. Malone, J.C. Thackray, J.A. Whitney.

- 30 -

For further information, please contact:
David Allnutt, Director of Information
(514) 879-8497

université concordia COMMUNIQUE [514] 879-8497, 98, 99 482-0320

À PUBLIER IMMÉDIATEMENT

L'Université Concordia a besoin de $500,000 de la part de sources privées pour répondre à ses besoins immédiats de fonctionnement.

Montréal, Québec, le 29 avril 1977 -- L'Université Concordia lance le 2 mai une campagne de souscriptions de deux semaines dont l'objectif de $500,000 vise à répondre à un certain nombre de besoins pressants et immédiats en matière de fonctionnement.

Cette campagne coïncide avec le 40ième anniversaire des neuf premiers diplômés de l'Université Sir George Williams qui, depuis la fusion avec le Collège Loyola en 1974, est le campus du centre de la ville de l'Université Concordia.

Un groupe d'hommes d'affaires associés à l'Université sollicitent déjà des contributions financières de la part d'un certain nombre de sources québécoises et torontoises.

Les domaines de l'Université qui profiteront de cet appui supplémentaire sont les suivants: bourses d'études et de recherche, $150,000; projets de construction et acquisition de terrains, $100,000; recherche, $100,000; collections des bibliothèques, $60,000; films, équipement et oeuvres d'art, $50,000 et aides didactiques innovatrices, $40,000.

Contrairement à la plupart des universités ayant ces besoins, l'Université Concordia ne jouit pas d'une dotation lui permettant de financer ces projets.

. . . /2

Campagne de Concordia ... suite

Concordia reçoit du gouvernement la plus faible subvention par étudiant dans la province de Québec.

En ouvrant la campagne de 1977, le recteur de l'Université, M. John O'Brien, a souligné que "l'assistance privée est vitale ... parce qu'elle fournit cette marge supplémentaire d'appui dans les domaines qui ne sont pas subventionnés par le gouvernement, ce qui fait la différence entre des résultats de qualité moyenne et supérieure".

"Je ne pense pas qu'il y ait d'endroit," de continuer M. O'Brien, "où quelques dollars supplémentaires provenant de sources privées peuvent faire autant de différence que dans notre Université".

Depuis toujours l'Université Concordia a été au service du monde industriel en offrant à de nombreux employés à plein temps leur seule chance de faire des études universitaires.

"Concordia - une université de choix" est le thème de la campagne qui est présidée par M. Arthur Pascal, vice-président et directeur administratif de J. Pascal Hardware Company Limited. Les vice-présidents sont: C.F. Carsley, D. Dawson, C.A. Duff, H.J. Hemens, J.K. Finlayson, R.H. Hoppe, E.J. Kelleher, E.A. Lemieux, C.S. Malone, J.C. Thackray, J.A. Whitney.

- 30 -

Renseignements:
David Allnutt, directeur de l'information
(514) 879-8497